RAPPORT ANNUEL
1973 - 1974

conseil de la protection

du consommateur

Ministère des Institutions financières
Compagnies et Coopératives

104-03385/

Québec, le 1er octobre 1974

L'Honorable William Tetley, ministre
Ministère des Institutions financières,
compagnies et coopératives
Hôtel du Gouvernement
Québec.

Monsieur le ministre,

J'ai l'honneur de vous soumettre le troisième rapport annuel du Conseil de la protection du consommateur.

Ce rapport porte sur les travaux effectués au cours de l'année se terminant le 31 août 1974.

Recevez, monsieur le ministre, l'assurance de mes meilleurs sentiments.

LEGISLATIVE LIBRARY
JUL 4
RECEIVED

Raymond Blais

Raymond Blais
Président

C O N S E I L D E L A

P R O T E C T I O N

D U

C O N S O M M A T E U R

R A P P O R T A N N U E L

1973- 1974

1er octobre 1974

TABLE DES MATIERES

		Page
I :	AVANT-PROPOS	1
II :	LE CONSEIL	
	A) Sa composition	3
	B) Son fonctionnement	5
	C) Son orientation	6
III :	LES TRAVAUX DU CONSEIL	
	A) Introduction	8
	B) Les Biens et Services de consommation	9
	C) L'Automobile:	13
	a) Certification de conformité mécanique des véhicules	13
	b) Nouvelle datation	15
	c) Port obligatoire de la ceinture de sécurité	16
	d) Les odomètres	19
	D) La Publicité:	22
	a) Les tapis	23
	b) Le crédit	26
	c) Les médicaments	27
	E) La Loi	29

Page

F) Autres sujets:

1.- Les Assurances 33
2.- Les cartes de crédit 36
3.- L'Office de la protection du consommateur 36
4.- Conférences interprovinciales 37

IV : PERSPECTIVES 38

V : RECOMMANDATIONS 41

- Le Conseil 41
- Les Biens et Services de consommation 41
- L'automobile 42
  a) Certification de conformité mécanique 42
  b) Nouvelle datation 44
  c) Port obligatoire de la ceinture de sécurité 44
  d) Les odomètres 46
- La publicité:
  a) Les tapis 47
  b) Le crédit 49
  c) Les médicaments 50
- La Loi 51
- Les Assurances 53
- Les cartes de crédit 55
- Le Colloque 55

- Annexe "A"

I AVANT-PROPOS

Lors du Congrès national des directeurs de Service de protection du consommateur, tenu à Washington, en juin 1974, l'un des conférenciers invités, monsieur Frank Horton, membre pour l'Etat de New-York de la Chambre des représentants, s'exprimait en ces termes:-

> "Nous sommes à l'âge de la participation des consommateurs. Les consommateurs ne veulent pas tout mener; ils veulent participer à rendre notre système de libre entreprise, plus responsable et plus sensible à leurs demandes...". (1).

Tout au long de son discours, monsieur Horton remettait en cause et rejoignait, croyons-nous, l'un des objectifs que les autorités du Québec poursuivaient, en instituant le Conseil de la protection du consommateur, en juillet 1971, par l'adoption et l'entrée en vigueur de la Loi de la protection du consommateur (1971, ch. 74). Cette loi définit le Conseil comme un organisme de consultation dont les principales fonctions sont les suivantes:

> "85. Le Conseil a pour fonctions:
>
> a) De donner son avis et de faire des suggestions au ministre sur toute question que celui-ci juge à propos de lui soumettre;
>
> b) d'étudier, à la demande du ministre, tout problème relatif à l'application de la présente loi et de soumettre au ministre des rapports et des suggestions à ce sujet;
>
> c) d'exercer toute autre attribution d'ordre consultatif que le lieutenant-gouverneur en Conseil peut lui conférer".

... 2

(1) Consumerism, Vol. 2, no: 73, June 26th., 1974.

Dès sa première réunion, vous avez consenti à élargir la portée de ce mandat en permettant aux membres du Conseil d'étudier, de leur propre chef, toute question touchant à la protection du consommateur et de vous faire toutes les suggestions jugées appropriées.

Vous vous êtes toujours montré hautement intéressé aux travaux du Conseil et très attentif à toutes ses suggestions.

Le Conseil souhaite cependant que l'élargissement consenti à son mandat soit consacré dans le texte même de la loi.

Nous vous remercions de la diligence que vous avez apportée à transmettre à vos collègues, parmi les recommandations formulées dans nos rapports précédents, celles qui portaient sur les secteurs d'activités relevant de leur compétence.

Le présent rapport constitue le troisième de l'histoire du Conseil et porte sur ses travaux de la période s'étendant du 25 octobre 1973, date de la nomination des membres actuels, jusqu'au 31 août 1974, date de l'expiration de leur mandat.

II LE CONSEIL

A) Sa composition:

Voici la liste des personnes qui, en vertu de l'arrêté en Conseil numéro 3286-73, ont été nommées membres du Conseil de la protection du consommateur, pour l'année 1973-1974, ainsi que le nom des organismes auxquels elles sont rattachées:

Président:
M. Raymond Blais
Lévis
Union régionale de Québec des
Caisses populaires Desjardins

Vice-présidente:
Madame Cécile Rolland-Bouchard
Chicoutimi
Fédération des Femmes du Québec

Membres:
M. J.-André Bellavance
Rimouski
Chambre de Commerce du Québec

Madame Gaby Bernard
Saint-Léonard
Cercle des Fermières

Mademoiselle Simone Bourgeau, t.s.p.
Montréal
Directrice du service social de la
Petite Bourgogne

M. Yvan Cloutier
Amos
A.C.E.F. du Nord-Québécois

Me Ronald Cohen
Montréal
Société de droit d'intérêt public
A.P.A. (Association pour la protection des automobilistes)

Madame Nellie Desautels
Sainte-Rosalie
A.F.E.A.S. (Association féminine d'éducation et d'action sociale)

M. Robert Dickey
Montréal
Publicité-Club

...4

M. Laval Grondines
Charlesbourg
Corporation des enseignants du Québec

Madame Hanna Lambek
Montréal
Association des consommateurs du Canada

M. Frank Pilon
Montréal
Bureau d'Ethique commerciale de Montréal Inc.

M. Pierre Pouliot
Québec
Association provinciale des marchands d'automobile

M. Léonard Roy
Montréal
Conseil de l'Alimentation du Québec Inc.
Conseil du Patronat du Québec

M. Jacques Towner
Québec
Conseil de la coopération du Québec
Fédération des Magasins Co-Op

Avant même la première réunion, monsieur Laval Grondines a remis sa démission, pour des raisons personnelles, et cette vacance n'a pas été comblée.

Au cours de cette année, le Conseil a déploré le départ d'un de ses pionniers, Me Maurice Marquis, qui était son secrétaire depuis deux ans. Me Marquis collaborait étroitement à tous les travaux du Conseil depuis sa première réunion.

Il a été remplacé par Me Louis Ladouceur, qui continue à nous assurer un service empressé et compétent.

B) Son fonctionnement:

Les membres du Conseil ont siégé dix (10) fois en réunion plénière.

Date des réunions plénières:	Nombre de présences:
21 novembre 1973	13
19 décembre 1973	12
23 janvier 1974	12
27 février 1974	12
27 mars 1974	12
24 avril 1974	13
29 mai 1974	12
3 juillet 1974	11
4 juillet 1974	10
24 juillet 1974	10
28 août 1974	14

Le Conseil a encore cette année choisi de former des comités de travail à qui il a confié des tâches particulières.

Les divers comités ont, de leur côté, tenu trente-deux (32) jours de réunion.

Les déboursés ainsi encourus par le gouvernement, tant pour les réunions du Conseil que pour celles des comités, se chiffrent à $25,223.38.

C) Son orientation:

Le rôle de consultant et de conseiller du ministre qui est dévolu au Conseil de la protection du consommateur comporte deux aspects qui, quoique proches l'un de l'autre, n'en sont pas moins différents.

Le premier veut que le Conseil donne son avis sur une question précise posée ou sur un problème déterminé soumis par le ministre.

L'autre vise plutôt à attirer l'attention du ministre sur une situation de fait, en lui proposant sommairement des moyens d'action par l'autorité compétente, dans le but d'assurer une meilleure protection des intérêts du consommateur.

Dans l'un ou l'autre de ces rôles, le Conseil se doit d'abord d'être un poste d'écoute, en mesure de percevoir les problèmes et de connaître les besoins réels des consommateurs, et aussi d'évaluer la situation dans son ensemble et de suggérer des avenues possibles de remède aux malaises identifiés.

La variété des secteurs d'origine des membres du Conseil assure un grand déploiement des antennes et un éventail de connaissances favorisant ainsi la perception des problèmes éprouvés par les divers milieux de consommateurs.

Le Conseil doit cependant jouir de moyens lui permettant d'aller plus loin que cette simple perception, de manière à pouvoir jauger d'une façon plus précise l'ampleur et les effets de ces problèmes.

Dans un autre temps, avant de suggérer des solutions, les membres devraient connaître ce qui s'est fait ailleurs, dans des cas semblables, et aussi quels ont pu être les résultats de ces mesures. Il serait également important que le Conseil soit tenu au courant des gestes et des projets des organismes gouvernementaux dont l'action touche les consommateurs.

Pour jouer valablement un tel rôle, le Conseil a besoin d'un support technique qui devrait lui être assuré par le secrétariat. Celui-ci devrait pouvoir jouer un rôle encore plus

actif en ce sens. Son personnel devrait être augmenté de façon à lui permettre de préparer à l'intention des membres du Conseil des dossiers de renseignements et même d'en faire une première analyse.

III LES TRAVAUX DU CONSEIL

A) Introduction:

Au cours de la dernière année, le Conseil de la protection du consommateur a de nouveau choisi de former des comités de travail auxquels il a confié certaines tâches.

Certains sujets ainsi attribués étaient très vastes et les comités à qui ils avaient été dévolus ont dû se borner à en faire une étude qui, quoique assez poussée, ne débouche pas pour autant sur des conclusions précises, mais plutôt sur des orientations de recherche plus spécifique.

Cette nouvelle étape nécessitera la mise en oeuvre de moyens scientifiques précis dont le Conseil ne dispose pas.

D'autres ont poussé plus avant des recherches qui avaient été entreprises au cours des années précédentes et dont, de ce fait, les sujets avaient déjà été élagués.

Au cours de l'année 1973-74, des comités ont donc fait des études et des recherches sur les sujets suivants:

1.- Les Biens et Services de consommation;

2.- L'automobile;

3.- La publicité;

4.- La Loi.

Les travaux de ces comités ont permis au Conseil de prendre position sur les divers sujets ainsi choisis.

B) Les Biens et Services de consommation:

Les membres du Comité chargé de ce sujet ont tenté une approche globale de toutes les questions soumises. Il va sans dire qu'une grande partie des problèmes discutés ne sont pas du ressort strict de la loi de la protection du consommateur, surtout si on limite cette protection aux achats que fait un consommateur. Mais le Conseil de la protection du consommateur doit, selon nous,

avoir des préoccupations beaucoup plus larges, face aux besoins immenses qu'a tout citoyen de posséder des biens et de bénéficier de services lui permettant de s'assurer un minimum de bien-être.

Cette démarche ainsi entreprise révèle que plusieurs avenues sur lesquelles elle débouche, débordent les secteurs couverts par la loi de la protection du consommateur. Certaines dépassent même la juridiction de votre ministère.

De telles conclusions, pour préliminaires qu'elles soient, ne font qu'exprimer une fois de plus, le besoin d'un organisme gouvernemental qui verrait à orienter et à conjuguer l'action de tous les services de protection du consommateur qui sont actuellement disséminés dans plusieurs ministères et autres organismes gouvernementaux, rendant ainsi la coordination de ces divers services très difficile et laissant de ce fait le consommateur trop souvent démuni.

Dans un premier temps, l'examen des données rassemblées nous a permis de constater qu'une partie importante de la population québécoise se situe en deçà du seuil de pauvreté.

Nous avons ensuite tenté d'identifier les biens et services de consommation qui peuvent être qualifiés d'essentiels et de trouver certains facteurs constants ou quelques dénominateurs communs qui font de la plupart des besoins courants des consommateurs, des problèmes cruciaux pour un très grand nombre de ceux-ci.

Tout au cours de cette démarche, nous avons voulu nous rappeler que l'action des organismes, tant publics que privés, en vue de trouver des solutions aux problèmes actuels des consommateurs, sera d'autant plus efficace et déterminante qu'elle s'exercera sur un ensemble de biens et services qui auront été au préalable clairement identifiés comme essentiels et prioritaires.

Nous croyons que le caractère "essentiel" des biens et services, tout comme leur ordre de priorité, doivent être déterminés en fonction d'une échelle de valeur propre à notre milieu socio-économique. Nous avons retenu en conséquence les postulats suivants comme termes de référence:

a) Une civilisation vraiment humaine doit assurer l'épanouissement de chacun de

ses individus, de la cellule familiale et de la vie en société;

b) Pour atteindre ce but, les individus et les groupes doivent avoir au moins accès aux biens et services indispensables à leurs besoins naturels de base, leur assurant un minimum de bien-être physique et mental.

Tenant compte de ces postulats, nous avons identifié les biens et services que nous qualifions d'essentiels ou d'incompressibles:

1.- L'alimentation - à cause de son impact sur la santé physique et mentale des individus, le bien-être de la famille et la vitalité de la société en général. Que l'on songe à l'incidence de la sous-alimentation ou de la malnutrition sur le comportement de certains groupes de la société, depuis l'écolier jusqu'au travailleur; par exemple, aux plans de la fréquentation scolaire ou de la présence régulière au travail.

2.- Le vêtement - à cause de son incidence directe sur l'état de santé physique et mentale des individus. Des vêtements inadéquats pourraient empêcher des individus de participer à des activités sociales fondamentales; que l'on songe par exemple à l'absentéisme scolaire, à l'incapacité d'obtenir ou de conserver un emploi, ainsi que d'accepter diverses responsabilités dans son milieu.

3.- L'habitation - dans son sens large, couvrant le chauffage, l'électricité, le téléphone ainsi que les services sanitaires domestiques; tout ceci en grande partie pour les mêmes considérations apportées à l'appui des priorités de l'alimentation et du vêtement.

4.- Les moyens de transport - rendus indispensables par suite des exigences de la mobilité imposée par l'aménagement socio-économique du territoire et les stratégies de développement industriel.

5.- La protection de la santé physique et mentale - sous ses divers aspects positifs de la prophylaxie et de la médication; sous l'angle de la protection contre les accidents,

de la protection contre la propagande et le conditionnement mercantile.

6.- Les loisirs - l'accessibilité aux espaces verts et à l'air pur, surtout dans les zones urbaines largement industrialisées et à forte densité de population. Faciliter de plus en plus la participation à diverses activités, qu'elles soient d'ordre physique, culturel ou social; favoriser, par exemple, la pratique d'exercices physiques et de divers sports de compétition.

7.- La communication, l'instruction, l'éducation - l'accession à l'information factuelle ou objective qui est une des conditions indispensables à la plénitude intellectuelle de l'individu et conséquemment à sa capacité de faire des choix libres et judicieux.

Dans son deuxième rapport annuel, le Conseil a retenu une description du consommateur-type. Dans la catégorie de consommateurs ainsi décrits, nous croyons que le consommateur-type moyen est celui dont le revenu est quelque peu supérieur au minimum vital, ce qui lui permet de faire certains choix dans la répartition de la tranche plus ou moins importante de son revenu qui se situe au-dessus de ce minimum vital, sans d'aucune façon, devoir limiter sa consommation de biens et services essentiels, tant au plan qualitatif que quantitatif.

RECOMMANDATION:

A la lumière de ces diverses considérations, nous vous recommandons d'entreprendre ou de demander à vos collègues, d'entreprendre dans les secteurs de leur compétence respective des recherches approfondies qui pourraient entraîner des prises de position et éventuellement des actions efficaces susceptibles d'apporter certains remèdes aux difficultés socio-économiques actuelles. Ces études porteraient sur les sujets suivants:

A) La possibilité de rajuster et d'indexer le salaire minimum au taux réel d'accroissement de l'indice des prix à la consommation.

B) La possibilité de soustraire de l'impôt tout revenu en deçà du seuil de la pauvreté.

...12

C) L'implantation éventuelle d'un régime de revenus garantis.

D) Des moyens de stimulation des industries agro-alimentaires, du bâtiment, des transports en commun, des organisations des sports et loisirs, en vue d'augmenter la production des biens et services essentiels tout en créant de nouveaux emplois.

E) La contribution à l'assainissement du milieu par la disparition de plusieurs causes physiques et humaines de pollution de l'environnement.

F) La mise sur pied de plans d'amélioration de l'état de santé mentale et physique de la masse de la population et de programmes de prévention sous toutes ses formes, comme l'accès aux espaces verts, aux jeux organisés, l'amélioration des régimes alimentaires.

C) L'automobile:

Le dernier rapport du Conseil comportait dix (10) recommandations concernant les automobiles et leurs conducteurs, lesquelles étaient l'aboutissement des travaux du Comité qui avait été chargé par le Conseil d'alors, d'étudier les problèmes particuliers à ce domaine.

Cette année encore, vu l'ampleur des problèmes particuliers à ce secteur, (il est de nouveau le plus actif d'après les statistiques de plaintes de l'Office, comptant pour environ 14% de celles-ci, comparativement à environ 20% l'année dernière) le Conseil a jugé bon de charger un Comité de pousser plus avant l'étude de certains points qui avaient déjà été l'objet de recommandations dans le rapport du mois de septembre 1973.

a) Certification de conformité mécanique des véhicules:

Plusieurs milliers de véhicules défectueux circulent sur nos routes. Leur piètre état est la cause de nombreux accidents sérieux, entraînant des blessures graves pour les occupants de ces voitures ainsi que pour les autres personnes circulant sur les mêmes routes.

L'effort tenté par les autorités a obtenu un certain effet bénéfique: nous devons constater qu'il est beaucoup trop timide et trop peu généralisé.

Nous formulons donc les recommandations suivantes:

1.- L'inspection annuelle des véhicules immatriculés au Québec devrait être rendue obligatoire le plus tôt possible. Cette inspection pourrait être attestée par un décalque de couleur identique à la couleur des plaques d'immatriculation de l'année courante; ce décalque devant être apposé sur le pare-brise du véhicule.

2.- L'année de validité de cette inspection devrait commencer le 1er octobre de chaque année. Ce système pourrait d'abord être instauré de façon facultative, pour devenir obligatoire, l'année suivante.

3.- Les véhicules neufs pourraient être exemptés de cette inspection, le décalque obligatoire y étant apposé par le vendeur et sous sa responsabilité.

4.- Le véhicule usagé soumis à l'inspection de certification à compter du 1er avril de chaque année, de même que les véhicules neufs vendus après cette date, devraient porter le décalque de l'année suivante.

5.- Un délai de six (6) mois devrait être prévu entre le 1er avril et le 1er octobre, pour permettre à tous les automobilistes de soumettre leur véhicule à l'inspection de certification. Ce délai est apparu nécessaire après examen du nombre de garages dans la province qui seront autorisés pour faire l'inspection de certification des véhicules usagés. et le nombre total des techniciens qualifiés qui seront autorisés à compléter l'inspection, suivant les normes établies par le gouvernement du Québec.

6.- Un contrôle ferme et sévère devrait être établi dans la mise en circulation des décalques de certification. Cette inspection des véhicules devrait comprendre une vérification des pièces suivantes:

1.- Feu de la plaque d'immatriculation;
2.- Feux de position-avant;
3.- Phares de recul;
4.- Feux d'arrêt;
5.- Feux d'identité;
6.- Feux latéraux;
7.- Feux de route et de croisement;
8.- Feux rouges-arrière;
9.- Indicateur de direction;
10.- Clignotants d'urgence;
11.- Réflecteurs;
12.- Pare-brise et fenêtres;
13.- Lave-glace;
14.- Essuie-glace;
15.- Pare-soleil;
16.- Dégivreur;
17.- Rétroviseurs intérieur et extérieur;
18.- Frein à main;
19.- Freins - 4 roues, segments, garnitures, tambours et disques;
20.- Roues;
21.- Pneus et pneu de secours;
22.- Alignement;
23.- Amortisseurs;

24.- Train avant et direction;
25.- Arbre de couche;
26.- Capot - Double cran de sécurité;
27.- Klaxon;
28.- Système d'échappement;
29.- Système d'accélération et carburation;
30.- Conduite d'essence - réservoir d'essence;
31.- Condition de la carosserie;
32.- Chassis de la carosserie;
33.- Garde-boue;
34.- Sièges;
35.- Ceintures de sécurité.

Une étude devrait être entreprise pour établir et fixer le coût d'une telle inspection.

7.- Les inspections de certification devraient être faites par des techniciens détenant un permis à cet effet, employés dans des garages indépendants, autorisés à effectuer l'inspection de certification des véhicules usagés.

8.- On devrait prévoir des peines élevées pour dissuader ceux qui seraient tentés d'apposer ou de fournir des certificats d'inspection, sans avoir effectué l'inspection de certification.

b) Nouvelle datation:

Certains manufacturiers et marchands d'automobile ont pris l'habitude de dater de l'année courante un véhicule ayant été fabriqué avant cette même année.

Il est indubitable que cette pratique induit les consommateurs en erreur, leur causant ainsi un dommage résultant de la dépréciation déjà accusée par le véhicule acheté.

Au surplus, par l'effet de ce procédé, le consommateur peut perdre le bénéfice des normes de sécurité applicables aux véhicules fabriqués véritablement au cours de l'année de la nouvelle datation.

Pour mettre un terme à cette pratique, nous suggérons:

1.- Que le numéro d'identification de chaque véhicule porte comme premiers chiffres, ceux des dizaines de l'année suivante seulement si ce véhicule a été fabriqué à une date ultérieure au 1er juin de l'année courante;

2.- Qu'il soit interdit d'annoncer ou de laisser croire de quelque façon qu'un véhicule fabriqué avant le 1er juin de l'année courante est un modèle de l'année suivante.

c) Port obligatoire de la ceinture de sécurité:

La documentation étudiée par le Comité au sujet du port de la ceinture de sécurité, démontre clairement que dans 99% des cas, il est beaucoup plus sécuritaire, lors d'un accident, de porter une ceinture de sécurité.

Il est évident que la négligence dont un individu fait preuve en ne portant pas cette ceinture, rejaillit sur tous et chacun, en faisant monter les taux d'assurance ainsi que les coûts de l'assurance-maladie et de l'assistance sociale.

D'ailleurs, des tribunaux, tant au Québec et au Canada, qu'aux Etats-Unis et en Angleterre, ont déclaré qu'un homme raisonnable devrait porter une ceinture de sécurité, lorsqu'il voyage en automobile et que des réclamations, même si elles sont justifiées, devraient être diminuées d'un pourcentage lorsque le réclamant ne porte pas de ceinture de sécurité au moment de la collision.

Au surplus, une étude faite aux Etats-Unis a démontré que chaque mort sur la route coûte à l'Etat, en moyenne $200,000.

D'un autre côté, 96% des véhicules construits depuis l'année modèle 1965 sont munis de deux ceintures de sécurité pour la banquette avant et ce même pourcentage est atteint quant à la banquette arrière dans les véhicules construits depuis l'année modèle 1969. Au Canada, depuis le 1er janvier 1971, l'installation de ceintures de sécurité à trois points d'amarrage est devenue obligatoire aux positions extrêmes de chacune des banquettes des véhicules.

Il est également bon de signaler que le port des ceintures de sécurité est devenu obligatoire dans les pays sui-

vants: l'Australie, la Nouvelle-Zélande, la Tchécoslovaquie, la France et Porto-Rico.

Une douzaine d'Etats américains étudient actuellement cette question. L'Etat d'Ohio a, pour sa part, déjà inscrit sur ses plaques minéralogiques le slogan: "SEAT BELTS FASTENED?" ("Est-ce que vos ceintures sont bouclées?").

L'Angleterre, pour sa part, a déjà dépensé au delà de $200 millions de dollars pour promouvoir le port de la ceinture de sécurité par les automobilistes.

Il est intéressant de noter que l'expérience australienne du port obligatoire des ceintures de sécurité démontre une diminution de 20% du taux des mortalités dans les accidents d'automobiles.

Actuellement, au Canada, 67% des véhicules en circulation sont munis de ceintures de sécurité à trois points d'amarrage. Ce fait tend à faciliter la mise en application des recommandations suivantes:

- L'installation et le maintien en place de ceintures de sécurité pour la banquette avant devraient être obligatoires pour tous les véhicules de l'année modèle 1965 et ceux construits depuis cette année.

- Cette même exigence devrait exister quant aux ceintures de la banquette arrière pour tous les véhicules de l'année modèle 1969 et ceux des années subséquentes.

- Le port des ceintures de sécurité devrait être rendu obligatoire pour tout conducteur ou passager voyageant dans un véhicule muni de ceintures de sécurité, sauf si chaque position munie d'une ceinture de sécurité est déjà occupée.

- Les personnes suivantes pourraient être exemptées de cette obligation:

  a) le conducteur d'une voiture, lorsque celle-ci fait marche arrière;

...18

b) celui qui détient une attestation d'un médecin, aux termes de laquelle il est empêché de porter une ceinture de sécurité pour des causes médicales;

c) celui qui conduit une voiture et qui détient une attestation d'un médecin selon laquelle en raison de sa taille, de sa corpulence ou d'autres caractéristiques physiques, il ne pourrait conduire, sans danger, un véhicule s'il portait une ceinture de sécurité;

d) celui qui voyage en tant que passager d'un véhicule et qui détient l'attestation d'un médecin, selon laquelle en raison de sa taille, de sa corpulence ou d'autres caractéristiques physiques, il serait déraisonnable d'exiger de lui le port d'une ceinture de sécurité;

e) celui qui se livre à un travail, au temps où il s'y livre, pour lequel il est obligé de descendre du véhicule et d'y remonter à des intervalles rapprochés, et qui, à l'occasion dudit travail, ne circule pas dans ledit véhicule à une vitesse supérieure à quinze (15) milles à l'heure;

f) les enfants de huit (8) ans et moins pourraient être exemptés du port de la ceinture de sécurité. Toutefois, le conducteur devrait être tenu de prendre des mesures nécessaires pour assurer la sécurité des enfants ainsi exemptés, passagers du véhicule qu'il conduit.

4.- Une campagne d'éducation devrait être menée pour inciter les parents et les conducteurs d'automobile à se munir de lits ou sièges d'enfants approuvés par le ministère canadien de la Consommation et des Corporations.

N.B.:- Une bibliographie des principaux documents étudiés par les membres du Comité qui ont fait cette étude apparaît à l'Annexe "A" du présent rapport.

d) Les odomètres:

Une autre pratique préjudiciable pour les consommateurs a pris au cours des dernières années une ampleur telle qu'une action devrait être entreprise sans délai pour la contrer. Il s'agit de la modification apportée au mécanisme des odomètres ou de la falsification de ceux-ci.

Le millage parcouru par un véhicule est un indice permettant à un acheteur d'en évaluer le degré de sécurité et la condition mécanique.

Ces facteurs étant déterminants dans l'évaluation d'un véhicule, l'acheteur doit pouvoir se fier au chiffre indiqué à l'odomètre, comme reflétant véritablement le millage parcouru par le véhicule.

Pour assurer au consommateur acheteur la protection à laquelle il a droit en ce domaine, le Conseil recommande les mesures suivantes:

1.- Il devrait être prohibé d'annoncer, de vendre, d'employer, d'installer ou de faire installer un appareil dont l'effet serait de fausser de quelque manière le fonctionnement d'un odomètre.

2.- Il devrait être prohibé de débrancher, ou de remplacer, de modifier l'odomètre d'un véhicule ou de faire poser tel geste, dans le but de fausser le chiffre qui y apparaît ou qui devrait y apparaître.

3.- Il devrait être prohibé de conduire ou d'utiliser un véhicule dont l'odomètre n'est pas en état de fonctionnement, s'il appert que cette défectuosité est tolérée dans le but d'empêcher l'enregistrement du millage parcouru.

4.- Au cas de réparation ou de remplacement d'un odomètre défectueux, le chiffre du millage déjà enregistré ne devrait pas être modifié.

Au cas où après sa réparation ou son remplacement, un odomètre ne pouvait révéler le même enregistrement qui y apparaissait

antérieurement à sa réparation ou son remplacement, il devrait être replacé à zéro et un certificat à cet effet devrait être apposé sur le poteau de la portière gauche avant du véhicule.

Ce certificat devrait indiquer:

a) le millage enregistré avant la réparation ou le remplacement;

b) la date de la réparation ou du remplacement;

c) le nom et l'adresse de la personne qui a effectué le travail.

Il devrait être interdit d'enlever ce certificat.

5.- Toute personne qui transfère la propriété de son véhicule devrait fournir une déclaration écrite, sous sa signature, énonçant les renseignements suivants:

a) le millage au moment du transfert;

b) la date du transfert;

c) le nom et l'adresse du vendeur;

d) l'identification du véhicule comprenant les détails suivants: modèle, type de carosserie, numéro de série et numéro d'immatriculation.

Cette pièce devrait faire partie intégrante du véhicule et devrait être remise à tout acheteur subséquent.

Si le vendeur sait que le millage indiqué à l'odomètre n'est pas exact, et que cette différence soit plus grande que celle causée par une simple erreur d'étalonnage, il devrait déclarer ne pas connaître le millage.

6.- Ces exigences ne viseraient pas un véhicule:

a) pesant plus de huit (8) tonnes;

b) qui n'est pas muni d'un système d'auto-propulsion;

c) vieux de plus de vingt-cinq (25) ans.

D) La publicité:

Dans son deuxième rapport annuel, le Conseil a suggéré des normes générales, devant guider l'élaboration d'un Code de la publicité, et gouverner l'activité publicitaire dans son ensemble.

Au sujet des prescriptions sectorielles, ce même rapport ajoutait (page 31) :

> "En ce qui concerne les prescriptions sectorielles, celles-ci ne sont pas suffisamment élaborées pour qu'on les analyse en détail. Qu'il suffise de mentionner que l'élaboration d'un Code de la publicité devrait d'abord englober les règles existant présentement en ce qui concerne la publicité du coût du crédit, la publicité destinée aux enfants ainsi que la publicité relative aux bénéficiaires d'allocations sociales ou d'allocations familiales et devrait également élaborer des règles spéciales dans les domaines suivants: les aliments, les alcools, les tabacs, les médicaments et les drogues, les cosmétiques et les traitements esthétiques, l'automobile, les tapis, les voyages organisés ainsi que les primes, timbres et cadeaux".

Poursuivant cette même pensée, le Conseil a formé cette année un Comité qu'il a chargé d'étudier le problème relatif à la publicité dans les secteurs suivants:

a) les tapis;

b) le crédit;

c) les médicaments.

a) Les tapis:

Note préliminaire

Dans cette section, à moins que le contexte n'indique un sens différent, les mots suivants signifient:

a) Publicité: - toute publicité faite dans un but commercial;

b) Tapis: - ouvrage de fibres textiles destiné à être étendu sur le sol, les murs, les portes, etc., soit à l'intérieur ou à l'extérieur;

c) Moquette: - tapis destiné à couvrir toute la surface d'une pièce de façon permanente;

d) Carpette: - tapis de dimensions précises, fini de tous côtés;

e) Thibaude ou sous-tapis: - pièce séparée qu'on met entre le sol et le tapis;

f) Fin de rouleau: - dernier morceau d'un rouleau de tapis qui est vendu en solde;

g) Coupons: - restes d'un tapis autre que: "fin de rouleau";

h) Prix normal: - le prix moyen approximatif des six (6) derniers mois;

i: Nom de commerce: - le nom appliqué par un manufacturier à un modèle précis de tapis.

Normes suggérées:

1.- Il devrait être interdit d'annoncer une offre d'ensemble de fournir les tapis de tout un appartement ou de toute une maison à un prix global.

2.- Toute annonce offrant en vente une moquette devrait comprendre le coût à la verge carrée et toute telle annonce concernant une carpette devrait comprendre les dimensions et le prix total de celle-ci. Si un prix est fixé pour un certain nombre de verges carrées, le prix des verges carrées additionnelles nécessaires, s'il y a lieu, devrait aussi être indiqué.

3.- Le coût du tapis, le coût de la thibaude et le coût de la pose devraient être indiqués séparément.

4.- Nul détaillant ne devrait au Québec:

a) utiliser des affirmations comme "au prix du gros" ou "au prix du manufacturier";

b) imprimer ou diffuser une annonce qui comporterait une indication ou une comparaison de prix qui serait fausse ou qui tenterait à induire en erreur le consommateur;

c) offrir des garanties quant à la durée;

d) au cours de soldes, comparer le prix spécial de soldes à un prix autre que le prix normal pour ce même article.

5.- Sur une annonce et sur toute étiquette de tapis et de thibaude, devraient être inscrits:

a) le nom et l'adresse du manufacturier;

b) le nom de commerce du tapis;

c) le nom générique de la fibre.

...25

6.- Le détaillant ne devrait pas laisser croire, dans sa publicité, qu'il est un grossiste manufacturier ou distributeur.

7.- Les croquis, les illustrations, le nom de commerce illustrés devraient être conformes à la réalité, selon la marchandise et le prix annoncés. Lorsque les prix sont indiqués de pair avec des illustrations, la disposition typographique devrait être assez claire pour qu'il n'y ait aucune possibilité de malentendu. Les locaux illustrés devraient correspondre à la place d'affaires de l'annonceur.

8.- La publicité concernant les coupons et les fins de rouleau devrait être soumise aux mêmes règles que celles des autres tapis; en outre, leurs dimensions devraient être indiquées.

9.- Si la marchandise annoncée n'existe pas en quantité suffisante pour répondre à une demande raisonnable, l'annonceur devrait établir exactement la quantité dont il dispose.

10.- Si la marchandise offerte existe en moins de quatre (4) couleurs, ces couleurs devraient être spécifiées dans l'annonce, ou celle-ci devrait comporter les mots: "nombre restreint de couleurs".

11.- Aucun qualificatif autre que les mots "parfait" et "imparfait" ne devrait être utilisé pour indiquer respectivement l'absence ou la présence de défauts de fabrication. La marchandise imparfaite devrait être identifiée clairement et consciencieusement comme telle. Dans ce cas, toute comparaison de prix devrait se faire entre le prix du tapis imparfait et le prix normal pour un tapis parfait du même nom de commerce.

12.- Lorsqu'un produit peut être vendu au prix annoncé, si certaines conditions sont remplies, ces conditions devraient être clairement indiquées dans l'annonce.

13.- Toute annonce qui fait état de tapis importés devrait en indiquer le pays d'origine.

b) Le crédit;

La section V du règlement général adopté sous l'autorité de la loi de la protection du consommateur traite de la publicité concernant le coût de crédit.

Les dispositions qui y sont contenues ont sûrement eu des effets bénéfiques pour le consommateur, mais nous croyons que cette règlementation devrait être revue, en tenant compte des suggestions suivantes:

1.- Nul ne devrait, au Québec, préparer, utiliser, publier ou faire publier une publicité relative au crédit qui comporterait explicitement ou implicitement des déclarations mensongères, tendancieuses, injustifiées ou exagérées.

2.- Nulle institution prêteuse ne devrait inciter le consommateur à se procurer un bien ou un service autre que les services qui lui sont propres; toutefois, il pourrait être permis de donner des renseignements de nature à guider le consommateur au cours de l'achat de tel bien ou service.

3.- Toute exposition de biens de la part de l'institution prêteuse autres que ceux mis en vente par elle, devrait être prohibée.

4.- La publicité ne devrait pas présenter explicitement le crédit comme une solution à des problèmes émotifs ou psychologiques.

5.- Toute publicité comportant une offre de crédit devrait mentionner explicitement l'obligation de rembourser capital et intérêt.

6.- Toute publicité comportant une offre directe de crédit devrait donner des exemples représentatifs sur le taux annuel et le coût de crédit, ainsi que le montant et le nombre de versements périodiques à effectuer en remboursement de ce crédit. Cet article ne s'appliquerait pas toutefois à la publicité se limitant à faire l'énumération et une brève description de certains services offerts par une institution prêteuse.

7.- La publicité des cartes de crédit devrait être soumise aux mêmes règles que celles concernant les autres formes de crédit.

8.- Toute incitation à se procurer du crédit devrait être prohibée dans la publicité d'un commerçant, concernant la vente ou la location d'un bien ou d'un service. La simple mention des facilités de crédit propres à ce commerçant ou acceptées par lui pourrait être permise.

9.- Rien dans les règles ci-dessus ne devrait empêcher une institution financière de collaborer à l'expansion des arts et de la culture, de collaborer aux campagnes des institutions à but non lucratif, ou de promouvoir l'achat de valeurs mobilières émises par les gouvernements du Québec ou du Canada ou par leurs organismes.

c) Les médicaments:

La publicité destinée aux consommateurs, concernant les drogues, les spécialités pharmaceutiques ou les médicaments brevetés, en plus d'être loyale, véridique et conforme à toutes les lois existantes, devrait être régie par une réglementation s'inspirant des règles suivantes:

1.- La publicité ne devrait pas présenter explicitement les médicaments comme solution à des problèmes d'ordre émotif ou psychologique.

2.- Toute représentation relative à l'efficacité, à la sécurité, à la rapidité d'action d'un médicament, devrait être fondée sur une documentation scientifique. Le fabricant ou le commerçant qui diffuse une telle publicité devrait produire cette documentation sur demande du ministère ou d'un organisme désigné par le ministre, lequel pourrait statuer de sa validité.

3.- Toute comparaison d'un médicament avec un autre devrait être prohibée.

4.- Tout témoignage devrait être interdit.

5.- Toute représentation ou allusion laissant croire qu'un professionnel de la santé recommande ou approuve l'usage d'un médicament devrait être prohibée.

6.- Toute publicité devrait porter, bien en évidence, la mention suivante:

"TOUT MEDICAMENT PEUT ETRE DANGEREUX".

"OBSERVER RIGOUREUSEMENT LE MODE D'EMPLOI".

E) La Loi:

Le Conseil a, encore cette année, confié à un Comité l'examen des dispositions de la loi et des règlements, en regard des besoins les plus urgents des consommateurs.

Les membres de ce Comité, partant de constatations personnelles et aussi de la documentation dont ils disposaient, ont retenu certains objectifs généraux vers lesquels le Conseil considère que la législation et la réglementation devraient tendre, pour assurer une meilleure protection des consommateurs.

D'abord, le Conseil est d'avis que les mesures devraient être prises en vue de regrouper dans un Code les diverses dispositions actuelles de protection du consommateur québécois, afin d'assurer à celui-ci une protection meilleure, parce que globale, et ainsi lui rendre plus facile l'accès aux sources de renseignements sur ses droits, de même que les moyens d'exercice de ceux-ci.

De nombreuses plaintes ont été formulées concernant la vente de biens immeubles. Une grande partie de ces plaintes provenaient de personnes à revenus moyens, et nous sommes conscients de l'importance de protéger adéquatement ces consommateurs.

Nous recommandons donc que le contrat de vente de biens immeubles soit régi par la loi de la protection du consommateur.

De même, nous recommandons vivement que cette même loi s'applique au contrat entre consommateurs, et plus particulièrement ceux portant sur la vente des automobiles usagées, des maisons mobiles, des bateaux de plaisance, des roulottes et des appareils électriques.

Nous vous demandons aussi de continuer vos démarches auprès de vos collègues, afin que soit assurée la représentation des consommateurs au sein des divers organismes gouvernementaux et para-gouvernementaux, dont les activités peuvent affecter les intérêts des consommateurs, leur permettant ainsi de faire entendre leurs voix au même titre que les commerçants, les industriels et les financiers.

...30

Afin de dissiper toute ambiguité, la définition du mot "consommateur" apparaissant au paragraphe 2c de l'article I de la loi, devrait se lire de la façon suivante:

> "Toute personne physique qui est partie à un contrat en qualité autre que celle de commerçant, y compris un donataire ou un garant de cette personne".

Le vendeur itinérant:

En vertu des dispositions actuelles de la loi, le contrat où l'obligation totale du consommateur n'excède pas $25 dollars est exempté des dispositions de la section V de la loi.

Nous croyons que cette exemption prive le consommateur d'une protection adéquate, dans plusieurs contrats.

En conséquence, nous recommandons que les dispositions de cette section de la loi, s'étendent à tout contrat où l'obligation du consommateur excède $10 dollars, à l'exception de la vente d'abonnements aux journaux, qui pourrait continuer d'être exemptée, jusqu'à concurrence d'une considération de $25 dollars.

L'article 54 de la loi devrait être modifié, afin de permettre au consommateur qui se prévaut de la faculté de résolution qui y est prévue, de faire parvenir son avis écrit ou de remettre le bien acheté, soit au vendeur itinérant, soit au représentant de ce dernier avec qui il a fait affaires.

De même, les modalités prévues à la loi concernant le délai de résolution d'un contrat passé avec un vendeur itinérant devraient être modifiées, de façon à permettre au consommateur de résoudre ce contrat dans les sept (7) jours après que celui-ci est devenu exécutoire ou dans les deux (2) jours après la réception du bien faisant l'objet du contrat, selon la dernière des échéances.

Biens non sollicités:

Un consommateur qui reçoit d'un commerçant un bien qu'il n'a pas sollicité devrait avoir droit d'obliger ce dernier à le reprendre, et ne devrait encourir aucune responsabilité légale, s'il advenait que ce bien ne soit pas repris dans un délai raisonnable.

Annonces classées:

Un commerçant offrant en vente un bien ou un service, par le truchement d'annonces classées, devrait être soumis à l'obligation d'indiquer sa qualité de commerçant, son nom, son adresse, son numéro de téléphone et le numéro de permis de l'Office, le cas échéant.

Sanction civile:

La loi devrait permettre au tribunal, dans un cas de mauvaise foi flagrante, de la part d'un commerçant, d'accorder des dommages exemplaires à un consommateur lésé, et permettre à ce dernier, lorsqu'un jugement est rendu en sa faveur, de recouvrer des frais autres que judiciciaires.

L'action collective:

Nous avons déjà recommandé, dans un rapport précédent, l'introduction dans la loi du droit pour le directeur de l'Office, pour des consommateurs et des associations de consommateurs, d'ester en justice pour des consommateurs ou des groupes de consommateurs. Comme première étape, la loi devrait habiliter, dès cette année, le directeur de l'Office à intenter de telles actions pour le compte de groupes de consommateurs lésés.

Réparations de biens durables:

Nous vous recommandons d'étudier la possibilité de régir de façon quelconque la réparation des biens durables, particulièrement des automobiles et des appareils électriques.

Pratiques commerciales:

Les consommateurs québécois sont de plus en plus exposés à être victimes de pratiques commerciales que l'on pourrait à tout le moins qualifier de déloyales.

Nous vous recommandons d'étudier la possibilité de déclarer expressément illégales certaines de ces pratiques.

F) Autres sujets:

1.- Les assurances:

Le Conseil est bien conscient que l'assurance est un sujet très complexe et qui comporte des aspects d'une très haute technicité.

Il n'en demeure pas moins que le consommateur est trop souvent aux prises avec des difficultés devant lesquelles il se retrouve à peu près démuni.

Nous avons tenté de faire un examen des problèmes généraux que le consommateur moyen peut rencontrer dans ce domaine.

Nous avons d'abord constaté la position ambigüe du vendeur d'assurance, qu'il soit agent ou courtier. Est-il un agent ou un préposé d'une ou de plusieurs compagnies d'assurance, chargé de les représenter, ou plutôt est-il le mandataire d'un consommateur à la recherche d'une protection véritable contre certains sinistres?

Il nous parait primordial que cette ambivalence dans le statut de l'agent et du courtier d'assurance soit clarifiée.

Recommandations d'ordre général:

1.- L'admissibilité à l'exercice de la profession d'agent ou de courtier d'assurance devrait être soumise à des exigences et à des examens plus sévères;

2.- Le contenu du contrat devrait être écrit lisiblement en français, à moins que l'assuré n'exige qu'il soit rédigé en anglais. Il devrait énoncer en termes clairs l'étendue du risque assuré de même que les exclusions qui y sont faites, de façon à permettre au consommateur de savoir exactement ce à quoi il est en droit de s'attendre au cas de réclamations;

3.- Les exclusions ou les restrictions de risque devraient être clairement indiquées, groupées à la suite des unes des autres avec sous-titre en rouge. La divulgation complète de

...34

l'étendue du risque couvert de même que les restrictions qui y sont apportées devraient être faites en termes clairs et précis;

4.- Le taux de crédit exigé dans le cas des polices vendues autrement qu'avec une prime annuelle devrait être pleinement divulgué, conformément aux règlements de la loi de la protection du consommateur;

5.- Les ristournes basées sur la qualité des risques, payées par les compagnies d'assurance aux courtiers et agents devraient être prohibées;

6.- Le Conseil considère que le problème soulevé par la profusion des divers genres de polices d'assurance ne réside pas fondamentalement dans la difficulté de la comparaison des divers taux, mais plutôt dans l'identification des besoins réels de l'assuré;

7.- Toutefois, le Conseil, conscient du problème de la multiplicité des plans d'assurance, suggère qu'on règlemente la publicité faite autour de cette multiplicité de plans;

8.- Le mode de rémunération des vendeurs d'assurance devrait être étudié, de façon à ce que les agents soient incités à choisir le genre de police à vendre, plus en fonction des besoins réels de l'assuré que du pourcentage de rémunération supplémentaire attaché à tel genre d'assurance plutôt qu'à un autre.

Assurance-vie:

1.- Le Conseil serait en faveur que le revenu assuré par les polices d'assurance-vie soit indexé au coût de la vie, mais il est conscient que ce changement entraînerait automatiquement une augmentation de taux;

2.- Le Conseil recommande que les compagnies d'assurance soient obligées de divulguer clairement qu'une police d'assurance est ou n'est pas indexée au coût de la vie;

3.- Le Conseil recommande également que les autorités compétentes étudient la possibilité d'obliger les compagnies d'assurance à indexer certaines catégories d'assurance, de même que les répercussions qu'une telle obligation pourrait avoir sur l'augmentation des taux;

4.- Afin d'empêcher que, par ignorance, un assuré ne perde des bénéfices éventuels déjà acquis, à l'occasion du remplacement d'une police d'assurance par une autre, sous la pression d'un vendeur peu scrupuleux, le Conseil suggère que l'avis d'annulation donné par l'assuré ne devienne effectif que trente (30) jours après qu'il ait été donné, période pendant laquelle l'assuré aurait le privilège de faire revivre la police ainsi annulée, sans modification ni dans le taux demandé, ni dans quelque autre condition du contrat;

5.- Parce que les compagnies d'assurance ne considèrent pas qu'il est de leur responsabilité de rouvrir périodiquement les dossiers dans le but de corriger des majorations de primes imposées à la suite d'un état physique momentanément déficient, il y aurait lieu d'examiner la possibilité de créer un bureau de révision de surprimes exigées. Ce bureau devrait être sous la juridiction du surintendant des assurances;

6.- La publicité de même que les méthodes utilisées dans la vente des polices d'assurance-vie devraient être soumises aux règlements généraux de la loi de la protection du consommateur;

7.- Les autorités compétentes devraient examiner la possibilité de mettre en place un plan d'assignation des risques dans le domaine de l'assurance-vie et les tables de taux de mortalité devraient être revisées à tous les cinq (5) ans.

2.- Les cartes de crédit:

Au cours des dernières années, l'utilisation de la carte de crédit comme instrument de commerce s'est répandue à un rythme très accéléré, non seulement au Québec, mais à travers tout le continent nord-américain.

Muni de cet instrument, le consommateur québécois peut, aujourd'hui, se procurer tout ce qu'il désire, depuis les aliments jusqu'aux objets les plus luxueux.

Il a même été proposé, en certains endroits, que les contribuables puissent acquitter leurs impôts fonciers de cette façon.

Le Conseil ne considère pas que l'utilisation de la carte de crédit doit être jugée différemment du fait que celle-ci serve à l'achat d'aliments, d'alcool ou bien de vêtements, d'essence ou d'autres biens.

3.- L'Office de la protection du consommateur:

Nous avons été heureux d'apprendre l'ouverture de nouveaux bureaux de l'Office dans quatre (4) régions du Québec. Nous espérons que ce mouvement continuera jusqu'à ce que toutes les régions du Québec soient assurées d'un tel service.

Le bulletin de l'Office, "Protégez-vous", nous a également permis de constater que la surveillance de l'application de la loi et des règlements avait été menée d'une façon énergique.

Nous applaudissons à ces diverses démarches. Nous souhaitons cependant être informés régulièrement des préoccupations dominantes de l'Office, de façon à augmenter au maximum la collaboration entre les deux organismes.

Nous nous réjouissons du succès remporté par le premier Colloque organisé par l'Office de la protection du consommateur, en juin dernier.

Plusieurs membres du Conseil ont été invités à y participer activement et sont heureux d'avoir pu y apporter leur collaboration.

L'intérêt démontré par les participants à ce Colloque témoigne clairement de l'importance de la place qu'occupe la protection du consommateur, dans notre société.

Le succès obtenu nous incite à vous recommander que cette expérience soit renouvelée.

4.- Conférences interprovinciales:

Nous vous remercions d'avoir donné suite à une recommandation contenue à notre dernier rapport, en invitant des représentants du Conseil à la Réunion interprovinciale des ministres responsables de la protection du consommateur de même qu'à celle des administrateurs de loi de protection du consommateur.

IV P E R S P E C T I V E S

Le mandat qui est confié aux membres du Conseil est limité dans le temps. Il expire en effet le 31 août de chaque année.

De ce fait, il ne saurait être question d'engager, ni vous, monsieur le Ministre, ni ceux qui seront appelés à nous succéder dans des voies qui ne correspondraient pas pleinement aux priorités que vous établirez ou à leurs propres choix.

Nous nous permettrons toutefois de suggérer certains sujets d'étude sur lesquels les membres qui seront appelés à faire partie du Conseil de la protection du consommateur, pour l'année 1974-75, pourraient se pencher.

Certains sont des avenues nouvelles, d'autres constituent une suite logique aux travaux effectués jusqu'à présent par le Conseil.

Il s'agit de:

1.- L'ETUDE D'UN CONCEPT GLOBAL DE "PROTECTION DU CONSOMMATEUR":

Personne ne conteste que le consommateur québécois a besoin de protection. Dans quelle mesure cette protection doit-elle lui être assurée par des organismes gouvernementaux? Quels pourraient être les moyens à mettre en oeuvre pour assurer la coordination efficace des organismes mis en place? Quelle devrait être la place des associations de consommateurs? Comment pourrait-on orchestrer l'action de tous ces organismes?

2.- LE CARACTERE REPRESENTATIF DES ASSOCIATIONS DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR:

Sans être injuste envers qui que ce soit, on peut souligner que dans le domaine de l'activité économique, celui qu'on appelle "le consommateur" est, de tous les protagonistes, celui qui est le plus exposé à être représenté par des groupes qui ont peu de lien démocratique véritable avec la base.

Le champ risque d'être malheureusement occupé par certains "groupuscules" qui ne représentent en réalité qu'une poignée d'individus qui agissent sans structure et sans lien organique entre eux. Ceux-ci tentent de s'imposer aux autres agents de la vie économique et aux organismes administratifs de l'Etat comme interlocuteurs valables pour les consommateurs.

Cette étude pourrait dégager certains critères de représentativité pour ces groupes et aussi, ultérieurement, permettre de dresser un inventaire de ceux-ci. Cette démarche permettrait d'identifier les carences qui peuvent exister en ce domaine.

3.- L'EDUCATION DU CONSOMMATEUR:

Nous sommes toujours convaincus que la protection la plus efficace qu'un consommateur puisse obtenir, doive lui arriver par son éducation. Quels sont les meilleurs moyens pour atteindre le consommateur?

4.- LA REPARATION DES AUTOMOBILES:

Le présent rapport contient une série de recommandations touchant le commerce de l'automobile, de même que la sécurité des automobilistes. Nous croyons que le sujet que nous proposons est une suite logique des travaux qui ont déjà été effectués dans ce domaine.

5.- LES PHARMACIENS ET L'AUTO-MEDICATION:

Nous avons formulé certaines recommandations quant à la publicité des médicaments.

Sous l'empire du Code des professions, le Bureau de la Corporation professionnelle des pharmaciens du Québec a publié certains projets de règlement concernant cette profession et aussi les médicaments.

Nous croyons qu'une étude de ces divers projets touchant directement le consommateur serait fort utile.

6.- L'ETUDE DES CONCLUSIONS PRELIMINAIRES CONTENUES AU RAPPORT SUR LES BIENS ET SERVICES DE CONSOMMATION:

Comme nous l'avons mentionné plus haut, plusieurs des conclusions auxquelles est arrivé le Conseil en ce domaine, ne sont que préliminaires et ne sont que de nature à ouvrir de nouvelles avenues qui, à notre avis, mériteraient d'être explorées.

V RECOMMANDATIONS

Cette section ne fait que reprendre, en les groupant, les diverses recommandations contenues dans le présent rapport:

LE CONSEIL

1.- Le texte même de la loi devrait consacrer l'autorisation que vous nous avez donnée depuis le début, d'étudier de notre propre chef toute question touchant à la protection du consommateur et de vous faire toutes les suggestions jugées appropriées.

2.- Le Conseil devrait être tenu au courant des projets et des gestes des organismes gouvernementaux dont l'action touche les consommateurs.

3.- Le personnel du secrétariat devrait être augmenté de façon à lui permettre de préparer, à l'intention des membres du Conseil, des dossiers de renseignements et même d'en faire une première analyse.

LES BIENS ET SERVICES DE CONSOMMATION

4.- Un organisme gouvernemental devrait être créé pour orienter et conjuguer l'action de tous les services de protection du consommateur qui sont actuellement disséminés dans plusieurs ministères et autres organismes gouvernementaux.

5.- Nous vous recommandons d'entreprendre ou de demander à vos collègues d'entreprendre, dans les secteurs de leur compétence respective, des recherches sur les sujets suivants:

A) La possibilité de rajuster et d'indexer le salaire minimum au taux réel d'accroissement de l'indice des prix à la consommation.

B) La possibilité de soustraire de l'impôt tout revenu en deçà du seuil de la pauvreté.

C) L'implantation éventuelle d'un régime de revenus garantis.

...42

D) Des moyens de stimulation des industries agro-alimentaires, du bâtiment, des transports en commun, des organisations des sports et loisirs, en vue d'augmenter la production des biens et services essentiels tout en créant de nouveaux emplois.

E) La contribution à l'assainissement du milieu par la disparition de plusieurs causes physiques et humaines de pollution de l'environnement.

F) La mise sur pied de plans d'amélioration de l'état de santé mentale et physique de la masse de la population et de programmes de prévention sous toutes ses formes, comme l'accès aux espaces verts, aux jeux organisés, l'amélioration des régimes alimentaires.

L'AUTOMOBILE

a) Certification de conformité mécanique des véhicules:

6.- L'inspection annuelle des véhicules immatriculés au Québec devrait être rendue obligatoire le plus tôt possible. Cette inspection pourrait être attestée par un décalque de couleur identique à la couleur des plaques d'immatriculation de l'année courante; ce décalque devant être apposé sur le pare-brise du véhicule.

7.- L'année de validité de cette inspection devrait commencer le 1er octobre de chaque année. Ce système pourrait d'abord être instauré de façon facultative, pour devenir obligatoire, l'année suivante.

8.- Les véhicules neufs pourraient être exemptés de cette inspection, le décalque obligatoire y étant apposé par le vendeur et sous sa responsabilité.

9.- Le véhicule usagé soumis à l'inspection de certification à compter du 1er avril de chaque année, de même que les véhicules neufs vendus après cette date, devraient porter le décalque de l'année suivante.

10.- Un délai de six (6) mois devrait être prévu entre le 1er avril et le 1er octobre, pour permettre à tous les automobilistes de soumettre leur véhicule à l'inspection de certification. Ce délai est apparu nécessaire après examen du nombre de garages dans la province qui seront autorisés pour faire l'inspection de certification des véhicules usagés et le nombre total des techniciens qualifiés qui seront autorisés à compléter l'inspection, suivant les normes établies par le gouvernement du Québec.

11.- Un contrôle ferme et sévère devrait être établi dans la mise en circulation des décalques de certification. Cette inspection des véhicules devrait comprendre une vérification des pièces suivantes:

1.- Feu de la plaque d'immatriculation;
2.- Feux de position-avant;
3.- Phare de recul;
4.- Feux d'arrêt;
5.- Feux d'identité;
6.- Feux latéraux;
7.- Feux de route et de croisement;
8.- Feux rouges-arrière;
9.- Indicateur de direction;
10.- Clignotants d'urgence;
11.- Réflecteurs;
12.- Pare-brise et fenêtres;
13.- Lave-glace;
14.- Essuie-glace;
15.- Pare-soleil;
16.- Dégivreur;
17.- Rétroviseurs intérieur et extérieur;
18.- Frein à main;
19.- Freins - 4 roues, segments, garnitures, tambours et disques;
20.- Roues;
21.- Pneus et pneu de secours;
22.- Alignement;
23.- Amortisseurs;
24.- Train avant et direction;
25.- Arbre de couche;
26.- Capot - Double cran de sécurité;
27.- Klaxon;
28.- Système d'échappement;
29.- Système d'accélération et carburation;
30.- Conduite d'essence - réservoir d'essence;
31.- Condition de la carosserie;
32.- Chassis de la carosserie;
33.- Garde-boue;
34.- Sièges;
35.- Ceintures de sécurité.

...44

12.- Les inspections de certification devraient être faites par des techniciens détenant un permis à cet effet, employés dans des garages indépendants autorisés à effectuer l'inspection de certification des véhicules usagés.

13.- On devrait prévoir des peines élevées pour dissuader ceux qui seraient tentés d'apposer ou de fournir des certificats d'inspection, sans avoir effectué l'inspection de certification.

14.- Une étude devrait être entreprise pour établir et fixer le coût de l'inspection de certification mécanique.

b) Nouvelle datation:

15.- Le numéro d'identification de chaque véhicule devrait porter comme premiers chiffres, ceux des dizaines de l'année suivante seulement si ce véhicule a été fabriqué à une date ultérieure au 1er juin de l'année courante.

16.- Il devrait être interdit d'annoncer ou de laisser croire de quelque façon qu'un véhicule fabriqué avant le 1er juin de l'année courante est un modèle de l'année suivante.

c) Port obligatoire de la ceinture de sécurité:

17.- L'installation et le maintien en place de ceintures de sécurité pour la banquette avant devraient être obligatoires pour tous les véhicules de l'année modèle 1965, et ceux construits depuis cette année.

18.- Cette même exigence devrait exister quant aux ceintures de la banquette arrière pour tous les véhicules de l'année modèle 1969, et ceux des années subséquentes.

19.- Le port des ceintures de sécurité devrait être rendu obligatoire pour tout conducteur ou passager, voyageant dans un véhicule muni de ceintures de sécurité, sauf si chaque position munie d'une ceinture de sécurité est déjà occupée.

20.- Les personnes suivantes pourraient être exemptées de cette obligation:

a) le conducteur d'une voiture, lorsque celle-ci fait marche arrière;

b) celui qui détient une attestation d'un médecin, aux termes de laquelle il est empêché de porter une ceinture de sécurité pour des causes médicales;

c) celui qui conduit une voiture et qui détient une attestation d'un médecin selon laquelle en raison de sa taille, de sa corpulence ou d'autres caractéristiques physiques, il ne pourrait conduire, sans danger, un véhicule s'il portait une ceinture de sécurité;

d) celui qui voyage en tant que passager d'un véhicule et qui détient l'attestation d'un médecin, selon laquelle en raison de sa taille, de sa corpulence ou d'autres caractéristiques physiques, il serait déraisonnable d'exiger de lui le port d'une ceinture de sécurité;

e) celui qui se livre à un travail, au temps où il s'y livre, pour lequel il est obligé de descendre du véhicule et d'y remonter à des intervalles rapprochés, et qui, à l'occasion dudit travail, ne circule pas dans ledit véhicule à une vitesse supérieure à quinze (15) milles à l'heure;

f) les enfants de huit (8) ans et moins pourraient être exemptés du port de la ceinture de sécurité. Toutefois, le conducteur devrait être tenu de prendre des mesures nécessaires pour assurer la sécurité des enfants ainsi exemptés, passagers du véhicule qu'il conduit.

21.- Une campagne d'éducation devrait être menée pour inciter les parents et les conducteurs d'automobile à se munir de lits ou sièges d'enfants approuvés par le ministère canadien de la Consommation et des Corporations.

d) Les odomètres:

22.- Il devrait être prohibé d'annoncer, de vendre, d'employer, d'installer ou de faire installer un appareil dont l'effet serait de fausser de quelque manière le fonctionnement d'un odomètre.

23.- Il devrait être prohibé de débrancher, de remplacer ou de modifier l'odomètre d'un véhicule ou de faire poser tel geste dans le but de fausser le chiffre qui y apparaît ou qui devrait y apparaître.

24.- Il devrait être prohibé de conduire ou d'utiliser un véhicule dont l'odomètre n'est pas en état de fonctionnement, s'il appert que cette défectuosité est tolérée dans le but d'empêcher l'enregistrement du millage parcouru.

25.- Au cas de réparation ou de remplacement d'un odomètre défectueux, le chiffre du millage déjà enregistré ne devrait pas être modifié.

Si après sa réparation ou son remplacement, un odomètre ne pouvait révéler le même enregistrement qui y apparaissait antérieurement à sa réparation ou son remplacement, il devrait être replacé à zéro et un certificat à cet effet devrait être apposé sur le poteau de la portière gauche avant du véhicule.

26.- Ce certificat de réparation ou de remplacement d'un odomètre ne devrait pas être enlevé et devrait indiquer:

a) le millage enregistré avant la réparation ou le remplacement;

b) la date de la réparation ou du remplacement;

c) le nom et l'adresse de la personne qui a effectué le travail.

27.- Toute personne qui transfère la propriété de son véhicule devrait fournir une déclaration écrite, sous sa signature, énonçant les renseignements suivants:

a) le millage au moment du transfert;

b) la date du transfert;

c) le nom et l'adresse du vendeur;

d) l'identification du véhicule comprenant les détails suivants: modèle, type de carosserie, numéro de série et numéro d'immatriculation.

Cette pièce devrait faire partie intégrante du véhicule et devrait être remise à tout acheteur subséquent.

Si le vendeur sait que le millage indiqué à l'odomètre n'est pas exact, et que cette différence soit plus grande que celle causée par une simple erreur d'étalonnage, il devrait déclarer ne pas connaître le millage.

28.- Ces exigences ne viseraient pas un véhicule:

a) pesant plus de huit (8) tonnes;

b) qui n'est pas muni d'un système d'auto-propulsion;

c) vieux de plus de vingt-cinq (25) ans.

LA PUBLICITE

a) Les tapis:

29.- Il devrait être interdit d'annoncer une offre d'ensemble de fournir les tapis de tout un appartement ou de toute une maison à un prix global.

30.- Toute annonce offrant en vente une moquette devrait comprendre le coût à la verge carrée et toute telle annonce concernant une carpette devrait comprendre les dimensions et le prix total de celle-ci. Si un prix est fixé pour un certain nombre de verges carrées, le prix des verges carrées additionnelles nécessaires, s'il y a lieu, devrait aussi être indiqué.

31.- Le coût du tapis, le coût de la thibaude et le coût de la pose devraient être indiqués séparément.

32.- Nul détaillant ne devrait au Québec:

a) utiliser des affirmations comme "au prix du gros" ou "au prix du manufacturier";

b) imprimer ou diffuser une annonce qui comporterait une indication ou une comparaison de prix qui serait fausse ou qui tenterait à induire en erreur le consommateur;

c) offrir des garanties quant à la durée;

d) au cours de soldes, comparer le prix spécial de soldes à un prix autre que le prix normal pour ce même article.

33.- Sur une annonce et sur toute étiquette de tapis et de thibaude, devraient être inscrits:

a) le nom et l'adresse du manufacturier;

b) le nom de commerce du tapis;

c) le nom générique de la fibre.

34.- Le détaillant ne devrait pas laisser croire, dans sa publicité, qu'il est un grossiste manufacturier ou distributeur.

35.- Les croquis, les illustrations, le nom de commerce illustrés devraient être conformes à la réalité, selon la marchandise et le prix annoncés. Lorsque les prix sont indiqués de pair avec des illustrations, la disposition typographique devrait être assez claire pour qu'il n'y ait aucune possibilité de malentendu. Les locaux illustrés devraient correspondre à la place d'affaires de l'annonceur.

36.- La publicité concernant les coupons et les fins de rouleau devrait être soumise aux mêmes règles que celles des autres tapis; en outre, leurs dimensions devraient être indiquées.

37.- Si la marchandise annoncée n'existe pas en quantité suffisante pour répondre à une demande raisonnable, l'annonceur devrait établir exactement la quantité dont il dispose.

38.- Si la marchandise offerte existe en moins de quatre (4) couleurs, ces couleurs devraient être spécifiées dans l'annonce, ou celle-ci devrait comporter les mots: "nombre restreint de couleurs".

39.- Aucun qualificatif autre que les mots "parfait" et "imparfait" ne devrait être utilisé pour indiquer respectivement l'absence ou la présence de défauts de fabrication. La marchandise imparfaite devrait être identifiée clairement et consciencieusement comme telle. Dans ce cas, toute comparaison de prix devrait se faire entre le prix du tapis imparfait et le prix normal pour un tapis du même nom de commerce.

40.- Lorsqu'un produit peut être vendu au prix annoncé, si certaines conditions sont remplies, ces conditions devraient être clairement indiquées dans l'annonce.

41.- Toute annonce qui fait état de tapis importés devrait en indiquer le pays d'origine.

b) <u>Le crédit</u>:

42.- Nul ne devrait, au Québec, préparer, utiliser, publier ou faire publier une publicité relative au crédit qui comporterait explicitement ou implicitement des déclarations mensongères, tendancieuses, injustifiées ou exagérées.

43.- Nulle institution prêteuse ne devrait inciter le consommateur à se procurer un bien ou un service autre que les services qui lui sont propres; toutefois, il pourrait être permis de donner des renseignements de nature à guider le consommateur au cours de l'achat de tel bien ou service.

44.- Toute exposition de biens de la part de l'institution prêteuse autres que ceux mis en vente par elle, devrait être prohibée.

45.- La publicité ne devrait pas présenter explicitement le crédit comme une solution à des problèmes émotifs ou psychologiques.

46.- Toute publicité comportant une offre de crédit devrait mentionner explicitement l'obligation de rembourser capital et intérêt.

47.- Toute publicité comportant une offre directe de crédit devrait donner des exemples représentatifs sur le taux annuel et le coût de crédit ainsi que le montant et le nombre de versements périodiques à effectuer en remboursement de ce crédit. Cet article ne s'appliquerait pas toutefois à la publicité se limitant à faire l'énumération et une brève description de certains services offerts par une institution prêteuse.

48.- La publicité des cartes de crédit devrait être soumise aux mêmes règles que celles concernant les autres formes de crédit.

49.- Toute incitation à se procurer du crédit devrait être prohibée dans la publicité d'un commerçant, concernant la vente ou la location d'un bien ou d'un service. La simple mention des facilités de crédit propres à ce commerçant ou acceptées par lui pourrait être permise.

50.- Rien dans les règles ci-dessus ne devrait empêcher une institution financière de collaborer à l'expansion des arts et de la culture, de collaborer aux campagnes des institutions à but non lucratif, ou de promouvoir l'achat de valeurs mobilières émises par les gouvernements du Québec ou du Canada ou par leurs organismes.

c) <u>Les médicaments:</u>

51.- La publicité ne devrait pas présenter explicitement les médicaments comme solution à des problèmes d'ordre émotif ou psychologique.

52.- Toute représentation relative à l'efficacité, à la sécurité, à la rapidité d'action d'un médicament, devrait être fondée sur une documentation scientifique. Le fabricant ou le commerçant qui diffuse une telle publicité devrait produire cette documentation sur demande du ministère ou d'un organisme désigné par le ministre, lequel pourrait statuer de sa validité.

53.- Toute comparaison d'un médicament avec un autre devrait être prohibée.

54.- Tout témoignage devrait être interdit.

55.- Toute représentation ou allusion laissant croire qu'un professionnel de la santé recommande ou approuve l'usage d'un médicament devrait être prohibée.

56.- Toute publicité devrait porter, bien en évidence, la mention suivante:

"TOUT MEDICAMENT PEUT ETRE DANGEREUX".

"OBSERVER RIGOUREUSEMENT LE MODE D'EMPLOI".

LA LOI

57.- Des mesures devraient être prises en vue de regrouper dans un Code les diverses dispositions actuelles de la protection du consommateur québécois, afin d'assurer à celui-ci une meilleure protection.

58.- Le contrat de vente de biens immeubles devrait être régi par la loi de la protection du consommateur.

59.- La loi de la protection du consommateur devrait s'appliquer au contrat entre consommateurs, et plus particulièrement ceux portant sur la vente des automobiles usagées, des maisons mobiles, des bateaux de plaisance, des roulottes et des appareils électriques.

60.- Nous vous demandons de continuer vos démarches auprès de vos collègues, afin que soit assurée la représentation des

des consommateurs au sein des divers organismes gouvernementaux et para-gouvernementaux, dont les activités peuvent affecter les intérêts des consommateurs, leur permettant ainsi de faire entendre leurs voix au même titre que les commerçants, les industriels et les financiers.

61.- La définition du mot "consommateur" devrait comprendre le donataire et le garant.

62.- Les dispositions de la section V de la loi relative aux contrats passés avec un vendeur itinérant devraient s'étendre à tout contrat où l'obligation du consommateur excède $10 dollars, à l'exception de la vente d'abonnements aux journaux, qui pourrait continuer d'être exemptée, jusqu'à concurrence d'une considération de $25 dollars.

63.- L'article 54 de la loi devrait être modifié, afin de permettre au consommateur qui se prévaut de la faculté de résolution qui y est prévue, de faire parvenir son avis écrit ou de remettre le bien acheté, soit au vendeur itinérant, soit au représentant de ce dernier avec qui il a fait affaires.

64.- Les modalités prévues à la loi concernant le délai de résolution d'un contrat passé avec un vendeur itinérant devraient être modifiées, de façon à permettre au consommateur de résoudre ce contrat dans les sept (7) jours après que celui-ci est devenu exécutoire ou dans les deux (2) jours après la réception du bien faisant l'objet du contrat, selon la dernière des échéances.

65.- Un consommateur qui reçoit d'un commerçant un bien qu'il n'a pas sollicité devrait avoir droit d'obliger ce dernier à le reprendre, et ne devrait encourir aucune responsabilité légale, s'il advenait que ce bien ne soit pas repris dans un délai raisonnable.

66.- Un commerçant offrant en vente un bien ou un service par le truchement d'annonces classées, devrait être soumis à l'obligation d'indiquer sa qualité de commerçant, son nom, son adresse, son numéro de téléphone et le numéro de permis de l'Office, le cas échéant.

...53

67.- La loi devrait permettre au tribunal, dans un cas de mauvaise foi flagrante, de la part d'un commerçant, d'accorder des dommages exemplaires à un consommateur lésé, et permettre à ce dernier, lorsqu'un jugement est rendu en sa faveur, de recouvrer des frais autres que judiciaires.

68.- La loi devrait habiliter, dès cette année, le directeur de l'Office à intenter des actions pour le compte de groupes de consommateurs lésés.

69.- Nous vous recommandons d'étudier la possibilité de régir de façon quelconque la réparation des biens durables, particulièrement des automobiles et des appareils électriques.

70.- Nous vous recommandons d'étudier la possibilité de déclarer expressément illégales certaines pratiques déloyales dont les consommateurs sont victimes.

LES ASSURANCES:

71.- Le statut de l'agent ou du courtier d'assurance devrait être établi d'une façon telle que le consommateur sache s'il transige avec son mandataire ou le préposé d'une compagnie d'assurance.

72.- L'admissibilité à l'exercice de la profession d'agent ou de courtier d'assurance devrait être soumise à des exigences et à des examens plus sévères.

73.- Le contenu du contrat devrait être écrit lisiblement en français, à moins que l'assuré n'exige qu'il soit rédigé en anglais. Il devrait énoncer en termes clairs l'étendue du risque assuré de même que les exclusions qui y sont faites, de façon à permettre au consommateur de savoir exactement ce à quoi il est en droit de s'attendre au cas de réclamation.

74.- Les exclusions ou les restrictions de risque devraient être clairement indiquées, groupées à la suite des unes des autres avec sous-titre en rouge. La divulgation com-

plète de l'étendue du risque couvert de même que les restrictions qui y sont apportées devraient être faites en termes clairs et précis.

75.- Le taux de crédit exigé dans le cas des polices vendues autrement qu'avec une prime annuelle devrait être pleinement divulgué, conformément aux règlements de la loi de la protection du consommateur.

76.- Les ristournes basées sur la qualité des risques, payées par les compagnies d'assurance aux courtiers et agents devraient être prohibées.

77.- La publicité concernant la multiplicité des plans offerts devrait être réglementée.

78.- Le mode de rémunération des vendeurs d'assurance devrait être étudié, de façon à ce que les agents soient incités à choisir le genre de police à vendre, plus en fonction des besoins réels de l'assuré que du pourcentage de rémunération supplémentaire attaché à tel genre d'assurance plutôt qu'à un autre.

Assurance-vie:

79.- Les compagnies d'assurance devraient être obligées de divulguer clairement qu'une police d'assurance est ou n'est pas indexée au coût de la vie.

80.- Les autorités compétentes devraient étudier la possibilité d'obliger les compagnies d'assurance à indexer certaines catégories d'assurance, de même que les répercussions qu'une telle obligation pourrait avoir sur l'augmentation des taux.

81.- Afin d'empêcher que, par ignorance, un assuré perde des bénéfices éventuels déjà acquis, à l'occasion du remplacement d'une police d'assurance par une autre, sous la pression d'un vendeur peu scrupuleux, l'avis d'annulation donné par l'assuré ne devrait devenir effectif que trente (30) jours après qu'il ait été donné, période pendant la-

quelle l'assuré aurait le privilège de faire revivre la police ainsi annulée, sans modification ni dans le taux demandé, ni dans quelque autre condition du contrat.

82.- Il y aurait lieu d'étudier la possibilité de créer, sous la juridiction du surintendant des Assurances, un bureau de revision périodique des surprimes exigées par les assureurs, d'un consommateur dont l'état de santé est momentanément déficient.

83.- La publicité de même que les méthodes utilisées dans la vente des polices d'assurance-vie devraient être soumises aux règlements généraux de la loi de la protection du consommateur.

84.- Les autorités compétentes devraient examiner la possibilité de mettre en place un plan d'assignation des risques dans le domaine de l'assurance-vie et les tables de taux de mortalité devraient être revisées à tous les cinq (5) ans.

LES CARTES DE CREDIT

85.- L'utilisation de la carte de crédit ne devrait pas être jugée différemment du fait que celle-ci serve à l'achat d'aliments, d'alcool ou bien de vêtements, d'essence ou d'autres biens.

LE COLLOQUE

86.- Le succès obtenu par le Colloque sur la protection du consommateur, organisé par l'Office, nous incite à vous recommander que cette expérience soit renouvelée.

B I B L I O G R A P H I E

Anderson, T.E.	Shoulder Belt Utilization,	Chapel Hill, 1971.
Bohlin, N.	A statistical analysis of 28,000 accident cases with emphasis on occupant restraint value,	Göteborg.
Campbell B.J.	Seat belt use among drivers in accidents and drivers in the population at risk,	Chapel Hill, 1969.
Campbell B.J.	Seat belt: A pilot study of their use under normal driving conditions,	Chapel Hill, 1967.
Cornell Aeronautical Laboratory.	Seat belt use and injury patterns in automobile accidents,	
Council, F.M.	Seat belts: A follow-up study of their use under normal driving conditions,	Chapel Hill, 1969.
Haddon, W.	Why the issue is loss reduction rather than only class prevention,	Washington, 1970.
Levine, D.N.	Effectiveness of lap seat belts and the energy absorbing steering system in the reduction of injuries,	Chapel Hill, 1971.
Robertson, L.S.	Factors Associated with observed seat belt use,	Washington, 1972.
South Australia Road	Traffic Board, A review of seat belt usage in South Australia,	Parkholme, 1972.
Volvo Canada,	Safety belts in today's Volvo,	Willowdale, 1972.
Waller, Patricia F.	Seat belts: A comparison of observed and reported use,	Chapel Hill, 1972.
U.S. National Highway Traffic Safety Administration,	Multidisciplinary accident investigation summaries,	1968 à date.
New York (State) Dept. of Motor Vehicles,	Accident facts,	Albany, 1972.
Ontario, Ministry of Transportation and Communications,	Highway traffic collisions,	Toronto 1971 et 1972.

Volvo,	Reports in traffic accident research,	Göteborg, 1973.
Robinson, S.	Observations on fire in automobile accidents,	Buffalo, 1965.
Tourin, B.	Ejection and automobile fatalities,	Buffalo, 1963.